

*А.Л. ПОДОЛЬСКАЯ, Н.Б. ТОКАРЬ*, НТУ «ХПИ», г. Харьков

## **ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНОЧНОЙ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

Становление и развитие рыночных отношений порождает изменения различных аспектов руководства предприятиями и деятельности менеджеров всех уровней. Прежде всего, меняется ориентация управления, которая является основой формирования бизнес-концепции руководства предприятием. Особое значение приобретает философия ценностного управления, при котором основная роль отводится исполнителям, что позволяет фирме жить в согласии с трудовым коллективом и обеспечивать финансовую и социальную устойчивость предприятия.

Стиль ценностного руководства – коллегиальный и сводится к ориентации на людей, их полной занятости на производстве, стимулированию и поддержке новаторства, вере в энтузиастов и успех разработок, убеждению и доверию к работникам, обеспечению всех нужной информацией. Стратегическими задачами руководителя при ценностном управлении являются: формирование имиджа товара и фирмы, внедрение его среди сотрудников фирмы, покупателей, поставщиков и конкурентов за счет качества, надежности, сервиса и низкой цены; обучение сотрудников новаторству и энтузиазму в работе, взаимному доверию, заботе о клиентах.

Руководитель организует создание новых товаров и услуг под клиента, который их давно ждет и не может получить от других; ценовую политику в рамках товарного ассортимента, установление справедливой цены с учетом рыночного спроса и предложения и возможностей современного маркетинга

по продвижению товаров и услуг; идентификация и быстрое реагирование на любые изменения внешней экономической среды; разработка мероприятий по стимулированию сбыта товаров и пропаганда деятельности фирмы, изучение осведомленности покупателей; исследование жизненного цикла товаров, поведения покупателей, состояния их доходов и факторов, влияющих на выбор покупок. Не менее важной задачей руководителей торгового аппарата фирм является владение методами и приемами борьбы с конкурентами.

Необходимо проводить исследование жизненного цикла товаров и общего состояния рынка; изучение клиентов, мотивов их поведения и выбора покупок; своевременную идентификацию конкурентов и определение их поведения в области ценовой и товарной политики на рынке; отслеживание доходов населения, процентных ставок для возможного изменения позиции товара.

Предпринимателям при осуществлении практической деятельности по реализации товаров и услуг приходится сталкиваться с решением многочисленных, порой противоречивых задач, связанных с обеспечением выгоды покупателю и получением справедливой прибыли продавцом. Для реализации этих целей каждая фирма, исходя из конкретной экономической ситуации, определяет свою политику, т.е. собственную линию поведения на рынке, свои принципы ведения бизнеса. Решающая роль в реализации основных положений рыночной модели принадлежит руководителю фирмы. Понимать суть ценностного управления, уметь претворять их в реальную жизнь должен каждый руководитель. И здесь неоценимую помощь может оказать опыт преуспевающих фирм, где у руководства стоят одаренные лидеры.

К сожалению, многие предприниматели не придерживаются правил руководства, разработанных на преуспевающих компаниях. В большинстве своем они ограничиваются анализом планов и цифр, не воспринимают

новые идеи, не отождествляют себя с фирмой, не проявляют достаточного интереса к сотрудничеству с персоналом и клиентами, не ориентируются на покупателя, не поддерживают фундаментальные ценности и в силу этого не имеют перспективы повышения эффективности управления.

В процессе реформирования экономики была создана недостаточно надежная правовая база для функционирования различных организационно-правовых форм бизнеса. Не обобщен передовой опыт рыночных отношений, не разработаны правила ведения дел и рекомендации предпринимателям.

Поэтому возникла необходимость в обобщении опыта работы предпринимательских структур, анализе их успехов и неудач с тем, чтобы уменьшить степень риска их деятельности в реальных рыночных условиях и избежать принятия необоснованных решений.

Основная трудность в понимании проблем рыночных отношений заключается в отсутствии опыта работы и легкодоступной для освоения специальной экономической литературы, учебных пособий и курсов подготовки предпринимательских кадров и, как следствие, дефицит хорошо подготовленных специалистов в бизнесе, без которых невозможно добиться коренного перелома в развитии экономики и формирования цивилизованных рыночных отношений.

- 1.Анисимов Ю.П., Журавлёв Ю.В. Управление промышленным бизнесом. - Воронеж: ВГТА, 2001. - 224 с.
- 2.Дракер П. Инновации и предпринимательство. - М.: Бук Чемберлен Интернешнл, 1992. - 536 с.
- 3.Ефремов В.С. Стратегическое планирование в бизнес-системах. - М.: Финпресс, 2001. - 240 с.
- 4.Колесников С.Н. Инструментарий бизнеса: современные методологии управления предприятием. - М.: Статус-Кво 97, 2001.-336 с.
- 5.Коссов В.В. Бизнес-план: обоснование решений: Учеб.пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ГУ ВШЭ, 2002. - 272 с.
- 6.Харрингтон Дж., Эсселинг К.С., Ван Нимвеген Х. Оптимизация бизнес-процессов: Документирование, Анализ, Управление, Оптимизация. - СПб.: Азбука, БМикро, 2002. - 317 с.